

Auf geht's zur App

Mehrwerte rauf, Marketingkosten runter: mit 'smart.+APP' von Hutter & Unger

Der Bilder-Vergleich macht es deutlich und sagt mehr als Worte. Papstwahl 2013: Überall in der Menschenmenge vor dem Petersdom sind die Hände in die Höhe gereckt, um den Moment per Smartphone-Foto festzuhalten. 2005 aus gleichem Grund am selben Ort hatte es noch nicht annähernd derart geblitzt und geblinkt. Was für eine Zeitenwende – das Smartphone ist heute immer dabei. Auch die Best Ager sind online und mobil, schließlich gilt: 60 ist das neue 40. Gründe genug für die Wertinger Werbeagentur Hutter & Unger, das für viele heilige High-Tech-Gerät in den Mittelpunkt von Marketing-Aktivitäten zu rücken.

Auf jeden Händler abgestimmt

2016 lancierte der BTE KompetenzPartner die smart.+APP. In zwölf Versionen ging die Kunden-App seitdem bereits mit individueller Umsetzung an den Start: mit jeweils nur den Modulen, die für den jeweiligen Einzelhändler Sinn ergeben und einem auf die CI abgestimmten Screendesign. Das Modehaus Diehl in Lörrach sowie Zett in Waldshut-Tiengen nutzen das Tool u.a., ebenso wie Hempel in Wolfsburg, Messerich in Bitburg, Intersport Wohlleben in Dörfles-Esbach, Munding in Überlingen oder Schneider in Wertingen. „Alles in allem haben wir inzwischen 100 App-Kampagnen mit etwa

200.000 Endkunden-Kontakten realisiert“, verweist Andreas Unger, geschäftsführender Gesellschafter von Hutter & Unger, auf die bereits beachtliche Expertise.

Seine Erfahrung: „Zehn Prozent der Stammkunden installieren die App innerhalb der ersten acht Wochen. Nach weiteren zwölf Wochen sind es fast schon zwanzig Prozent. Die Response-Quoten sind hoch, signifikant höher als bei einem E-Mail-Newsletter. Nur ein Beispiel: Der Zehn-Euro-Danke-Gutschein für die App-Registrierung erzielt bisher eine Einlösequote zwischen 41 und 63 Prozent – bei einem Mindesteinkaufswert zwischen 50 und 60 Euro.“



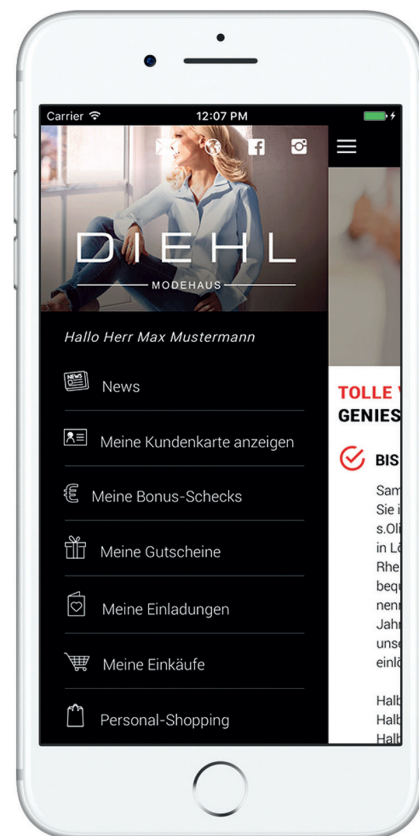
Andreas Unger, Werbeagentur Hutter & Unger. „Unter www.hutter-unger.de/app gibt es Gutscheine zur kostenlosen Erstberatung.“

Per Push statt per Post

Und wie fällt der Vergleich zu postalischen Mailings aus? „Da halten die Response-Quoten mit“, bekräftigt der Agenturchef und betont die Vorteile: „Die Gestaltungskosten sinken enorm, und es fallen keine Ausgaben für Druck und Porto an. Gleichzeitig kann viel schneller und flexibler agiert werden, denn man ist unabhängig von den Zeiten der Postauslieferung.“ Durch die digitale Erfassung der Stamm- und Neukunden – zu 100 Prozent mit E-Mail-Adresse – entfällt zudem zeitaufwändiges Eintippen. Übertragungsfehler gehören der Vergangenheit an. Auch werden die Kampagnen, zum Beispiel zum Kunden-Geburts-tag, automatisiert gesteuert und gewinnen dadurch deutlich an Effizienz.

Was die App alles kann

Reagiert ein Kunde nicht auf den Bonus-Scheck (die App ersetzt die Plastik-Kundenkarte im Portemonnaie) beziehungsweise den Gutschein (mit prozentualem Rabatt oder Euro-Wert) erhält er automatisch einen Reminder-Push. Ebenso, wenn er sich zu einem Event noch nicht angemeldet hat. News per Blogsystem, Filialinfos, Google-Maps-Navigation, Personal-Shopping-Terminvereinbarung, Anruf- und E-Mail-Funk-



Das Modehaus Diehl in Lörrach hat die Hutter & Unger-App erfolgreich im Einsatz.

tion – all das beinhalten die Module. Dazu gesellt sich der digitale Kassenbon – der Kunde kann seine letzten Einkäufe einsehen und online bewerten. Apropos letzte Einkäufe: Die App ist mit den KIS der Händler verbunden. Es bestehen Hutter & Unger-Schnittstellen zu den Systemen von Advarcis, Futura4Retail, Intersys (Intersport), Hiltes und Prohandel, die Höttl-Anbindung ist in Abstimmung, weitere folgen bei Bedarf. So lassen sich alle Möglichkeiten zielgruppengerechten Marketings nutzen. SH



Auch diese Händler profitieren von der Hutter & Unger-App-Expertise.

Diesen und weitere Artikel der BTE KompetenzPartner finden Sie im Internet unter www.bte-kompetenzpartner.de.